



Project: Promotieteam Den Haag Mediacultuur

Onze stad, Groep 5-6

De klas verandert in dit project tijdelijk in 'Promotieteam Den Haag'. De leerlingen krijgen de opdracht om samen een campagne te maken voor hun eigen stad. Wat betekent de stad voor hen? En wat maakt Den Haag aantrekkelijk? Ze onderzoeken dit in de eerste opdracht door een 'Haagse bril' te ontwerpen. Hierna duiken de leerlingen in de wereld van reclame- en protestcampagnes, waarbij ze zelf protestborden ontwerpen en zich verdiepen in slogans en andere reclametechnieken. Gewapend met deze kennis maken ze hun promotiecampagne voor Den Haag af. Het resultaat delen ze via een website.

1. Informatie voor de leerkracht

Welkom!

Je gaat in de klas werken met het lesmateriaal van Cultuuronderwijs op zijn Haags. Voor je aan de slag gaat leggen we je uit hoe je dit project tot een succes kunt maken.

Samen ontdekken

Onze cultuurlessen zijn gebaseerd op de didactiek van procesmatig werken, de leerlingen doorlopen hierbij een creatief proces. Zij worden zich bewuster van zichzelf, hun omgeving en ontdekken op een speelse manier hun creatieve vermogen. Met als kern dat je als leerkracht samen met de leerlingen beleeft, beschouwt, verbeeldt, bedenkt en maakt.

Houdingsdoelen

Bij de introductie, oriëntatie en opdrachten worden kennisdoelen en vaardigheidsdoelen benoemd. Onderstaande houdingsdoelen gelden in het algemeen:

- De leerling toont zich nieuwsgierig en proactief.
- De leerling kan positief-kritisch reflecteren op eigen werk en op dat van anderen.

Tips en aanbevelingen

- We raden je aan meer te lezen over de [opzet van COH](#) en het [DNA van COH](#).
- Bekijk vooral ook de instructiefilmpjes over [creatief proces](#) en [filosofisch gesprek](#).
- Overleg en deel je plannen met de icc'er of je cultuurcoach.
- Wij adviseren je het hele project van tevoren door te lezen om je goed voor te bereiden en de mogelijkheden te ontdekken die het project biedt.
- Je kunt het lesmateriaal ook downloaden en printen. Gebruik het smartboard voor het beeldmateriaal.
- Als richtlijn adviseren wij voor het doorlopen van het creatief proces in het hele project, zes tot acht lesmomenten in te plannen. Alle projecten hebben een introductie, oriëntatie en drie opdrachten. Je kunt ervoor kiezen het lesmateriaal aan te passen naar eigen wensen.
- Iedere opdracht heeft dezelfde opbouw: onderzoeken, uitvoeren en presenteren. De reflectievragen kunnen tijdens en na iedere fase van het creatief proces met de individuele leerling of de hele groep besproken worden.
- Nodig eens een [Kunstenaar in de klas](#) uit. Die kan levendig en beeldend over het beroep vertellen dat past bij dit project. Het gerelateerde aanbod bij dit project vind je op onze site.
- Een bezoek aan een voorstelling, tentoonstelling of vaste collectie in een Haagse culturele instelling is ook van grote meerwaarde. Zie [VONK](#) voor het actuele aanbod.
- Bedenk ook van tevoren bij welke onderdelen je ouders kunt of wilt inschakelen. Het project gaat meer leven als er ook buiten de klas aandacht voor is.
- Maak foto's of filmpjes van de diverse presentatiemomenten en deel deze via de schoolwebsite, klassenapp of andere kanalen.

Project specifieke informatie

Over dit project

In dit project gaan de leerlingen onder de titel *Promotieteam Den Haag* hun stad met 'Haagse ogen' bekijken. De klas wordt omgetoverd tot een promotiebureau waar de leerlingen zich verdiepen in reclame en protest. Hoe ontwikkel je een promotiecampagne? Hoe kun je iets in beeld brengen om het aantrekkelijker of interessanter te maken? De leerlingen onderzoeken wat Den Haag voor hen betekent en wat Den Haag nou leuk en aantrekkelijk maakt.

Doelen

Er worden twee hoofddoelen geformuleerd die specifiek zijn voor het hele project. De doelen zijn op het gebied van kennis en vaardigheden. Aan het eind van het project worden deze doelen met behulp van de succescriteria geëvalueerd op het gebied van zelfregulering: de leerling kijkt terug en blikkt vooruit.

Reflecteren

De reflectievragen bij de verschillende fases van het creatief proces kunnen tijdens en na iedere fase met de individuele leerling of de hele groep besproken worden. Zie ook de hand-out: [Rollen van de leerkracht](#).

Algemene benodigdheden

Maak gedurende het hele project gebruik van de volgende ruimtes en materialen:

- klaslokaal of speellokaal
- muziekinstallatie en/of digibord
- digitaal foto- en filmtoestel
- (kleuren)printer
- computer met internetverbinding

Begrippenlijst Nederlandse taal

Vaktaal	Algemene woorden	Werkwoorden
het herkenningspunt de archieffilm figuratief vs. non-figuratief het sjabloon de vorm de functie popart de kunststroming de reclameboodschap het billboard deabri de inspiratiebron het formaat het protestbord het protest de collage de slogan het commentaar de promotie het promotiebureau het stadsgezicht het archiefbeeld begrijpend kijken de pitch de yell de vormgeving	‘het gezicht van’ recent Hagenees vs. Hagenaar het uitgangspunt specifiek het heden de blik noodzakelijk de medewerker transparant de tegenstelling het uitgangspunt het facet het effect de toepassing typisch de campagne de categorie de advertentie de brochure	ordenen ervaren indruk maken protesteren opvallen bepalen druk maken vormen registreren promoten omzetten inspireren

2. Introductie

Hoofddoel kennis	De leerling legt uit hoe kunst en vormgeving een rol spelen bij het in beeld brengen van een boodschap.
Hoofddoel vaardigheid	De leerling ontwerpt verschillende uitingen van een campagne voor Den Haag, waaronder een bril met ‘Haagse blik’, een protestbord en een promotievideo.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen

Aan de slag in de klas

U kunt het project als volgt introduceren. Doorloop de stappen in volgorde:

1. Veel grote steden hebben bepaalde karakteristieke herkenningspunten. Toon op het digibord bijvoorbeeld de [Eiffeltoren](#), het [Vrijheidsbeeld](#), de Toren van Pisa, de Erasmusbrug, de Brandenburger Tor of de Tower Bridge en bespreek met de leerlingen om welke steden het hier gaat. Deze herkenningspunten vormen vaak het gezicht van de stad. Zie ook deze YouTube filmpjes:
 - [New York](#)
 - [Parijs](#)
2. Toon één van de drie recente promotiefilmpjes van Den Haag en één film uit het archief:
 - recent: [Den Haag Promo](#) (In het Engels weliswaar, maar het gaat om de beelden)
 - recent: [Welcome tot he Hague](#) (eerste stukje)
 - recent: [The Hague Impressions](#) (gemaakt in opdracht van de gemeente)
 - archief: [Helemaal Den Haag](#) (1983, Haagsefilmbank)
Benoem verschillen en overeenkomsten tussen de filmpjes.
3. Inventariseer met de leerlingen de herkenningspunten van onze stad.
Mogelijke vragen:
 - Wat zijn bekende Haagse gebouwen?
 - Waaraan herken je de stad?
 - Wat is het gezicht van Den Haag?
 - Waarin verschilt het gezicht van Den Haag van dat van 400 jaar geleden? Zie bijvoorbeeld [Gezicht op Den Haag](#) van Jan van Goyen (1650–51, Haags Historisch Museum).
4. Welke personen zijn typisch Haags?
 - Wie zijn beroemde Hagenezen of Hagenaars? Denk aan sport, muziek, politiek, kunst, etc.
 - Wat is het verschil tussen een Hagenaar en een Hagenees?
 - Wie vormt het gezicht van Den Haag? Is dat de burgemeester, Haagse Harry, of iemand anders?
 - Of kunnen stadsgezichten juist heel iets anders zijn? Zie de [streetart van Mentalgassi](#).

3. Oriëntatie

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- postervellen voor mindmap
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste oriëntatie-onderdelen: het filosofisch gesprek en het uitvoeren van de eerste opdracht.

Het filosofisch gesprek

Voer naar aanleiding van de introductie een filosofisch gesprek. Stel hierbij (een aantal van) onderstaande vragen:

- Wat is een stad? Zijn dat de mensen, de buurten, straten, gebouwen, ...?
- Kun je houden van een stad?
- Kun je een hekel hebben aan een stad?
- Kun je je thuis voelen in een stad?
- Kun je je in de ene buurt van de stad wel en in een andere niet thuis voelen?
- Kan een stad mensen gelukkig maken?
- Kan een stad bomen of dieren gelukkig maken?
- Zijn er in een stad veilig en onveilige plekken? Kun je voorbeelden noemen?
- Wat maakt een veilige plek veilig?
- Heeft een stad grenzen? Waar begint een stad, waar stopt een stad?
- Zijn er verschillende soorten steden? Zo ja, wat voor soort stad zou je Den Haag dan noemen?
- Is er een verschil tussen Den Haag, Amsterdam, Rotterdam en bijvoorbeeld Parijs? (Deze vraag is vooral interessant als de leerlingen ook andere steden kennen. Ze kunnen dan ook eigen voorbeelden inbrengen.)
- Kun je Den Haag herkennen aan een bepaalde kleur/vorm/dier/geur/persoon?

Oriëntatieopdracht

Verdiep je met de leerlingen verder in het thema en doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Terugkijken in de tijd

1. Een aantal kunstenaars heeft werk gemaakt met als uitgangspunt terugkijken in de tijd. Het heet: *Tijkijkers*. Op een van de oude stadswallen in Leeuwarden kijk je door een soort telescoop. Dan zie je de bewoners en de stad van vroeger.
2. Door fotografie en video kunnen we terugkijken in de tijd. *De eerste film* werd bijna 140 jaar geleden gemaakt door Eadweard Muybridge. Van de tijd daarvoor hebben we geen enkel bewegend beeld. *De eerste foto* dateert uit 1826 en werd gemaakt door Joseph Nicéphore Niépce.
3. De Amerikaanse kunstenaar *Tom Hussey* zet foto's van vroeger en nu bij elkaar.
4. Fotografen die heden en verleden tot één beeld verwerken:
 - *Fotografie toen en nu*
 - *Den Haag in oorlogstijd*
 - *Het Parijs van toen en nu: een reis terug naar 1940*
5. De films *Eline Vere* en *Zwartboek* tonen beelden van het Den Haag van vroeger.

2. Het gezicht van Den Haag

Wat is nu typisch Haags? Maak met de leerlingen een overzicht of mindmap. Wat is het gezicht van de stad? Aan welke kleur/vorm/dier/geur/persoon/gebouw denk je bij Den Haag? Probeer te ordenen in categorieën: *wonen, werken en recreëren*.

Voer dit uit met de hele klas of in groepjes.

Ter inspiratie een aantal voorbeelden:

- plathaags.nl
- [woordenboek voor Den Haag](#)

De resultaten uit deze oriëntatie en het onderzoek gebruiken de leerlingen later voor een promotiecampagne voor hún Den Haag.

Succescriterium	Bespreek met de leerlingen de opdracht(en): welke onderwerpen gaan zij onderzoeken de komende les of tijd? Formuleer vanuit het filosofisch gesprek en/of de oriëntatie-opdracht, samen met de leerlingen, een succescriterium waaraan zij werken. Een voorbeeld van een succescriterium bij dit project kan zijn: De leerling geeft met beeld en tekst vorm aan een eigen promotiecampagne voor Den Haag.
-----------------	--

4. Opdracht: Een Haagse blik

De leerlingen maken een 'Haagse bril'. Hiermee laten ze zien wat hun blik is op Den Haag. Zij doen dit door op de brillenglazen te tekenen, waardoor een tweede beeld ontstaat.

Subdoel kennis	De leerling legt uit hoe je door op transparant materiaal te tekenen een extra laag aan de realiteit kan toevoegen.
Subdoel vaardigheid	De leerling ontwerpt brillenglazen waarmee hij anderen zijn persoonlijke Haagse blik kan laten zien.

Benodigdheden

- beeldmateriaal materiaalonderzoek: zie bronnen
- wervastestiften in diverse kleuren
- doozichtige plastic bekers, plastic bakjes of restjes perspex
- eventueel oude brillen
- sjabloon (zie Toolbox groep 5 en 6)
- transparante sheets (A4)
- plakband
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stevig papier of karton voor titelbordjes bij Haagse brillen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelskrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

In deze deelopdracht maken leerlingen een Haagse bril. Deze bril geeft de leerlingen een 'Haagse blik' op de stad.

Materiaalonderzoek

- Uit plastic bekers kun je drinken, maar je kunt [er ook op tekenen](#).

Er werd al langer op doorzichtig materiaal als plastic of glas getekend. Zoals in het begin van [deze film](#).

- Vroeger werden tekenfilms vaak zo gemaakt:
 - [History of cell animation](#) (YouTube)
 - [The Making of a Popeye Cartoon \(1938\)](#) (YouTube)
- Het leuke van op glas, plastic of perspex tekenen is dat je door je tekening kunt kijken naar de omgeving. Zie bijvoorbeeld het werk van de kunstenaars [Gosia Wlodarczak](#) en [Odelle Morshuis](#).

Uitvoeren

De leerlingen bereiden zich voor op het werk van een medewerker van het promotiebureau Den Haag. Doel is om toeristen door een Haagse bril te laten kijken.

1. Kijk met de leerlingen naar deze zonnebrillen:
 - [zazzle.nl](#)
 - [trendhunter.com](#)
2. Geef de leerlingen de opdracht een Haagse promotiebril te maken, waarmee ze anderen hun persoonlijke Haagse blik tonen. Verwerk hierbij de resultaten uit de oriëntatie en het onderzoek. Gebruik een echte (oude) (zonne)bril of maak er een van stevig karton. Gebruik eventueel het sjabloon uit de Toolbox. Laat de bril beplakken en betekenen met Haagse stadsbeelden.

De brillenglazen worden gemaakt van transparante sheets of plastic bekertjes. Laat de leerlingen deze uitknippen in de grootte van het brillenglas en bevestig deze met plakband aan de binnenkant van de bril. Laat de leerlingen de brillenglazen met watervaste viltstiften betekenen. Dit kan figuratief of non-figuratief zijn. Het kan zijn dat de tekening op het glas verder gaat op het montuur. Zet de bril regelmatig op om de Haagse blik te controleren.

Presenteren

Presenteer de bril als volgt:

- Maak van iedere leerling een portretfoto met zijn Haagse bril op. Print deze uit en schrijf er een titel bij. Bespreek de brillen met elkaar.
- Maak een klassenfoto met de leerlingen en hun brillen.

Reflecteren

Reflectie subdoelen	Wat viel je op aan de verschillende Haagse blikken die je hebt gezien?
Reflectie proces	Waar zou je deze techniek nog meer willen toepassen?

Evalueren

Voer een klassengesprek over de verschillende blikken die mensen over hetzelfde onderwerp kunnen hebben.

- Wat valt jou vooral op?
- En wat valt anderen op?
- Waarin verschilt dat van elkaar?
- Hoe komt dat?
- Zijn er ook overeenkomstige blikken?
- Of verschillen álle blikken van elkaar?
- Bestaan er positieve blikken, negatieve blikken, etc.?

5. Opdracht: Protestbord

De leerlingen maken een wijkwandeling en gaan op zoek naar tegenstellingen. Deze fotograferen ze. Na het bekijken van diverse voorbeelden van reclameborden, billboards, protestborden en protestkunst maken de leerlingen hun eigen protestbord. Dit protestbord wordt gemaakt op basis van de tegenstellingen en gemaakte foto's tijdens de wijkwandeling. Als de protestborden klaar zijn, worden ze op geschikte plekken in de wijk geplaatst.

Subdoel kennis	De leerling legt uit dat kunst een vorm van protest kan zijn.
Subdoel vaardigheid	De leerling ontwerpt in een groep een protestbord met een eigen boodschap, geïnspireerd op een wandeling door de wijk.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- karton of dik tekenpapier (A3, A2 of A1)
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften
- kopieën van gemaakte foto's tijdens de wijkwandeling
- tiewraps (kabelbinder, groot) of touw
- plakband
- eventueel houten stokken (dun) voor de protestborden

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

Voer onderstaande opdrachten in volgorde uit:

1. Verdeel de klas in groepjes, zodat elk groepje een tablet of camera heeft.
2. Geef de groepjes de opdracht om dadelijk tijdens een wijkwandeling tegenstellingen in de wijk te zoeken:
 - mooi en lelijk
 - vuil en schoon
 - rommelig en netjesVraag de groepjes van elk van de drie bovengenoemde tegenstellingen minimaal twee voorbeelden te fotograferen, waarvan één overzichts- en één detailfoto.

3. Maak met de klas een wandeling door de wijk.
4. Bekijk en bespreek aan de hand van [voorbeelden](#) van Google Afbeeldingen de functie en vorm van een billboard. Doe dit aan de hand van de plaats van ontstaan (USA), de plekken waar ze staan, formaat, vorm, beelden en letters, beheer van de billboards, etc.
5. Bekijk en bespreek nu de vorm en functie van een aantal Nederlandse [reclameborden](#) en [abri's](#) (Google Afbeeldingen).
6. Vergelijk de billboards in de USA en de reclameborden in Nederland aan de hand van het doel ervan (boodschap overbrengen) en de uitstraling (welk effect heeft het op de kijker?).
7. Popart is een kunststroming uit de jaren zestig van de vorige eeuw. Kunstenaars zoals [Andy Warhol](#) gebruikten (reclame)beelden uit de media (tv/radio/kranten) als inspiratiebron voor hun beeldend werk. Het werk van Andy Warhol is ook weer een belangrijke inspiratiebron [voor reclamemakers](#).
8. In het verleden werden alle reclameposters op houten borden geplakt. Tegenwoordig worden ze tegen een lichtplaat geplaatst. Er wordt goed nagedacht over vormgeving, ontwerp en de afstand waarop voorbijgangers de poster zullen zien. Soms worden daar kunstenaars bij betrokken. Bekijk en bespreek een [aantal voorbeelden van](#) internet of uit de directe omgeving van school.

Uitvoeren

Doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Soms wordt kunst gebruikt als uiting van protest. Een bekend voorbeeld is [Guernica](#) (1937) van Pablo Picasso, de kunstenaar die in de inleiding op glas schilderde. Met dit schilderij wilde hij protesteren tegen de verschrikkingen in de Spaanse burgeroorlog, in de jaren dertig van de vorige eeuw. Tegenwoordig gebruiken kunstenaars vaak de straat als plek van protest, zoals [deze voorbeelden](#) via Google Afbeeldingen laten zien. Bekijk en bespreek een aantal voorbeelden van het werk van de kunstenaar [Banksy](#). Hij reageert vaak op de actualiteit en werkt anoniem op straat, vooral in wereldsteden.
2. Toon de foto's die de leerlingen maakten op het digibord. Bekijk en bespreek deze.
 - Zijn er dingen die de leerlingen nu opvallen (die ze eerst niet zagen)?
 - Zijn er dingen waar ze zich druk om maken, dingen waarvan ze vinden dat ze moeten veranderen?
3. De eerder gevormde groepjes kiezen één van de foto's die ze gemaakt hebben. De foto is uitgangspunt en/of inspiratiebron voor een protestbord waarmee de leerlingen hun ongenoegen uiten over een minder mooie plek in de wijk. Laat leerlingen hun boodschap bepalen: wat stoort hen en wat zouden ze willen veranderen? Vervolgens bepalen ze welke beelden en woorden ze gebruiken en op welke manier. Gebruik voor de protestborden een groot formaat papier (A3 of groter).

Presenteren

Doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Geef de groepjes de opdracht om een plek in de wijk te zoeken waar hun bord het meest effect zal hebben. Denk aan de hoogte van de plaatsing, of er veel mensen langs komen, de belichting, de relatie tussen het bord en de plek waar het over gaat, etc. Bevestig het protestbord met dubbelzijdig tape of tie-wraps op de uitgezochte plek.
2. Maak hiervan een detailfoto en een overzichtsfoto.
3. Laat het bord een tijdje hangen en kijk en registreer van een afstandje de reacties van de voorbijgangers.
4. Richt met de foto's een tentoonstelling in op school.

Reflecteren

Reflectie subdoelen	Welke rol speelde jij bij het maken van het protestbord?
Reflectie proces	Over welke onderwerpen zou je nog meer willen protesteren?

Evalueren

Onderzoek en bespreek met de klas op welke wijze je de problemen bij de gemeente onder de aandacht kunt brengen. Indien van toepassing en mogelijk voert de klas dit uit. Hoe reageert de gemeente op jullie protest?

6. Opdracht: Promotie Den Haag

Ten slotte werken de leerlingen aan een Haagse promotiecampagne in hun eigen promotiebureau in de klas. Daar maken ze slogans, teksten en pitches. De uiteindelijke resultaten van deze campagne worden gedeeld via een website.

Subdoel kennis	De leerling legt uit hoe je een slogan kunt vormgeven met aandacht voor lettertype, kleur en vorm.
Subdoel vaardigheid	De leerling geeft vorm aan een promotievideo voor een Haags onderwerp met daarin een zelfbedachte slogan.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- materiaal om 'promotie bureau Den Haag' in te richten
- karton voor slogan
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften
- A3- en A2-tekenpapier (niet te dun)
- linialen
- zie handleiding voor het maken van een website

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

1. Vorm met de klas het eigen 'promotiebureau Den Haag'. Dit bureau heeft als taak de stad Den Haag in al zijn facetten te promoten. Richt de klas een beetje anders in, zodat de leerlingen uit het schoolkader worden gehaald. Hang posters op. Laat een groepje op tafel zitten, een groepje op stoelen in een kring, een groepje op de grond, op kussens, achter het bureau van de leerkracht... Geef het promotiebureau een naam.
2. Bekijk de websites van City Mondial en Den Haag Marketing.
3. Bekijk en bespreek een aantal voorbeelden van (reclame)slogans:
 - [Google Afbeeldingen: reclameslogans](#)
 - [Google Afbeeldingen: Nederlandse slogans](#)

Let op: in de tweede link zitten ook veel grappen. Misschien kunnen de leerlingen de echte van de grappen onderscheiden. En misschien weten zij leuke andere voorbeelden.
4. Verzin samen een slogan voor het promotiebureau en vermeld deze aan de buitenkant van het klaslokaal.
5. Verdeel de klas in groepjes. Elk groepje leerlingen kiest een typisch Haags onderwerp dat het belangrijk of interessant vindt, bijvoorbeeld ADO Den Haag, Stad van Vrede en Recht, strand, Haagse hopjes, muziek, de koning, etc. Het onderwerp verkennen zij aan de hand van een woordweb.
6. Laat de groepjes bij hun onderwerp minstens drie promotieslogans maken. Let op: de slogans mogen ('beschaafd') Nederlands, maar ook plat Haags zijn (zie <http://www.plathaags.nl>). Ter inspiratie kan gezamenlijk de website <https://www.gratisslogans.nl/> bekeken en uitgeprobeerd worden.
7. De groepjes kiezen één van de slogans uit. Elke leerling maakt een eigen vormgeving. Denk aan de te gebruiken letters, grootte, kleur, leestekens, achtergrond, etc. De slogan kan worden uitgewerkt op de computer, maar ook met verf of in collagevorm. Vraag de leerlingen de slogan midden op een vel papier te plaatsen.
8. Bekijk en bespreek voorbeelden van verschillende promotieacties. Bekijk van te voren de links en selecteer een aantal geschikte voorbeelden voor uw klas.
 - humor: [guerilla marketing](#)
 - [zadelhoesjes](#)
 - [stickers op lantarenpalen](#)
 - lief: [hartjes in het verkeer](#)
 - een radiuitzending, bijvoorbeeld [Den Haag FM](#).
 - een promotiefilm zoals uit de introductie op het thema
9. Leerlingen zoeken met hun groepje nu zelf naar voorbeelden van promotie via internet of tijdschriften en plakken deze als woorden-en-beeldenweb rondom hun slogan.

Uitvoeren

1. Ieder groepje bespreekt de gemaakte woorden-en-beeldenwebs en kiest één onderwerp dat ze gaan promoten.
2. Het groepje bedenkt samen op welke manier Den Haag met die slogan gepromoot wordt; denk aan de voorbeelden die ze eerder zagen en vonden.
3. Ieder groepje bereidt een pitch voor, waarin de medeleerlingen overtuigd worden van de kwaliteit van hun promotieactie. Een pitch is een korte presentatie van maximaal twee minuten. Ze denken na over de vorm en de rolverdeling binnen het groepje. Ze verwerken in hun pitch de slogan als yell.

Presenteren

- Ieder groepje filmt zijn pitch en zorgt ervoor dat deze maximaal twee minuten duurt.
- De filmpjes worden in de klas vertoond en van commentaar voorzien.
- Bepaal met de klas de top 3 van promotieactiviteiten en besluit met wie jullie deze delen: Den Haag Marketing, City Mondial of iets anders.

- Zet alle promotieactiviteiten op een website (zie handleiding), zodat ze kunnen worden gedeeld met anderen.

Reflecteren

Reflectie subdoelen	Welke beeldende uitwerking van jullie slogan versterkt de tekst het beste?
---------------------	--

Evalueren

Bespreek met uw leerlingen het doorlopen proces aan de hand van onderstaande vragen:

- Waarom waren jullie een goed team?
- Maakt een goed team altijd een goede promotiecampagne?
- Werden sommige promotiecampagnes beter toen het op film stond?
- Op welke andere manier zou je Den Haag kunnen promoten? Denk aan de inzet van nieuwe media.
- Welke kwaliteiten moet een promotiemedewerker hebben? Is dat iets voor jou?

Eindreflectie: zelfregulatie terugkijkend	Hoe is jouw blik op Den Haag veranderd door de promotieacties?
Eindreflectie: zelfregulatie vooruitkijkend	Op welke andere manier zou je Den Haag willen promoten?